



AZƏRBAYCANDA ELEKTRON TİCARƏTİN İNKİŞAFININ MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi: Azərbaycanda elektron ticarət bazarındaki fəaliyyətləri analiz etmək və bu sahənin inkişafı üçün yeni təkliflər verməkdir.

Tədqiqatın metodologiyası: Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasını elektron ticarətin müasir siyasi, iqtisadi və sosial sahədə baş verən dəyişikliklərə təsirinin, elektron ticarətin inkişafına mane olan problemlərin həlli yollarının axtarışı və yeni strategiyaların tətbiqinin təkmilləşdirilməsi təşkil edir.

Tədqiqatın nəticələri: Qloballaşan və ineqrasiya edən iqtisadi sahələrin gəldiyi son nöqtə kimi elektron ticarət ölkəmizdə də düzgün strategiya və metodlarla tətbiqinin təşkili və təkmilləşdirilməsi nəticəsində iqtisadiyyatın inkişafını və sosial rifahın yaxşılaşdırılmasını əhəmiyyətli dərəcədə təmin edəcəkdir.

Açar sözlər: *marketing, ticarət, elektron, xidmət.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə informasiya texnologiyalarında baş verən hadisələr nəticəsində sosial və iqtisadi həyatda bir çox dəyişiklik olmuşdur. Internet texnologiyasının inkişafı ilə e-ticarətin istifadəsi sahələri və faydaları gündən-günə artmaqdadır. Elektron ticarətin yaranması daha kəskin rəqabət mühiti yaratmışdır. Bu gün 500 ən böyük şirkətin bir neçə il əvvəl yaradılmış onlarla elektron saytı vardır. Ticarət bazarlarında vaxt həm biznes, həm də istehlakçı üçün muhüm rol oynayır. İşguzar perspektivdən götursək, hər əməliyyat zamanı daha az vaxt sərf olunduqda, eyni gündə daha çox əməliyyat əldə edilə bilər. Biznes baxımından e-ticarət ənənəvi ticarət metoduna nisbətən daha səmərəli gəlir. Bu faktdır ki, elektron kommersiyada istənilən şirkət və insan öz məhsullarını bazara çıxartmadan elektron saytlar vasitəsi ilə sata bilər. Bu da bazarlıpa ayrılan zamanı azaldır. Həm istehlakçılar, həm də biznesmenlər burada biznesin müəyyənləşdirilməsində əsas rol oynayırlar. Ticarət baxımından e-ticarət potensial müştərilərinə daha yaxşı bir əlaqə təmin edir, çünki onların vəb səhifələrinə internetdən istənilən yerdə daxil ola bilərsiniz. Bu yolla daha çox potensial müştərilər şirkətin işi ilə maraqlana bilərlər və beləliklə, coprafi yerin məhdudiyyətləri aradan qaldırılar. Müştəri baxımından da elektron kommersiya çox rahatdır. Belə ki, müştəri heç bir çətinlik olmadan internet vasitəsi ilə bütün məhsul kataloqlarını gözdən keçirdə bilər, məhsullar arasındaki qiymətləri müqayisə edə bilər, istədiyi məhsulu başqa ölkələrdən ala bilər. Bunların hamisini

müştəri öz iş yerində və yaxud evində masa arxasında oturaraq edə bilər. Umumiyyətlə elektron kommersiya insanların rahatlığını daha da artırır.

Azərbaycanda e-ticarətin inkişafı sahəsində görülmüş işlər

Ölkəmizdə “Elektron ticarət haqqında” qanun 2005-ci ildə qəbul edilmişdir. Qərarın qəbul edilməsi ilə elektron formada ticarət həyata keçirmək mümkün olmadı, ona görə ki, ölkəmizdə internet vasitəsilə ödəmə sistemləri yox idi. Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi (RİTN) tərəfindən 2006-ci ildən “Azərbaycanda e-ticarətin tətbiqi” adlı proyekti tətbiq olunmuşdur və əsas məqsədi bu sahənin tərəqqi etdirilməsinə dövlət qayğısının artırılması olub. 2007-ci ilin iyununda “SilverKey Azerbaijan” şirkəti ölkəmizdə bir ilki edərək, “GoldenPay” ödəmə sistemini yaratmışdır və 2 dekabr 2008-ci ildə “GoldenPay” ödəmə sistemi “Visa” və “Mastercard” tərəfindən lisenziyalanaraq, xalqın və ölkənin xidmətinə verildi. 2011-ci ildə insanların ödəmə vərdişlərini dəyişərək, vaxtlarını boşuna sərf etməsinə deyə hesab.az portalını yaradılmışdır. Ölkədə ilk onlayn ödəmə sistemlərindən yararlanan təşkilatların içərisində Tələbə Qəbulu üzrə Dövlət Komissiyası, “Bakı elektrik şəbəkəsi”, Azərfon və sintə.az olmuşdur, daha sonra isə topshops.az və aromat.az kimi saytlar istifadə etməyə başlamışdır. Müasir dövrdə 16 kateqoriyada 200-dən çox korporativ müştəriyə xidmət təklif edən “Goldenpay” Azərbaycanın ən böyük və ən etibarlı ödəmə sistemidir. [1]



Ölkədə elektronlaşmanın inkişaf etdirilməsi işlərinin davam etməsi müqabilində e-ticarət saytlarının tərəqqisinə də start verilmişdir və o cümlədən vətəndaşlarımız başqa ölkələrin elektron mağazalarından istifadə edir.

“Azərbaycan Beynəlxalq Bankı”nın məhsulu olan “Azericard” Azərbaycanda elektron mühitin tərəqqi etməsində xüsusi rola sahibdir. “AzeriCard” emal təşkilatı bəzi xidmətlər göstərir ki, buna: üstün texnologiya bazasında “kartdan-karta”, mobil və stasionar telefonlar, kommunal xidmətlər, gömrük rüsumları və vergilərin ödənilməsi, “Mobil bankçılıq” və “İnternet bankçılığı”, PIN Change, ORM (Onlayn Risk monitörinq), SMS Xəbərdarlıq və digərləri aiddir.

E-ticarət əməliyyatlarını aparmaq üçün “AzeriCard” emal təşkilatı tərəfindən MasterCard və VISA beynəlxalq kart təşkilatlarında gərəkli bütün proseslər uğurla tamamlanmış və əməkdaşlıq başladılmışdır.

1996-ci ildə ölkədə ilk dəfə “Azərbaycan Beynəlxalq Bankı” ASC tərəfindən “AzeriCard” prosesinq təşkilatının təməli qoyulmuşdur. 1997-ci ildə Qafqaz ölkələri arasında və Orta Asiyada debet-kredit kartlarının xidmətindən istifadə edilməsi üçün “AzeriCard” prosessinq təşkilatının qurulmasına başlanılmışdır.

“AzeriCard” MMC “3D Secure Verified by VISA” və “MasterCard Secure Code” texnologiyalarından istifadə edərək kart sahiblərinə və pərakəndə ticarət edənlərə, iaşə və digər xidmət müəssisələrə ödənişləri tam təhlükəsiz şəkildə reallaşdırır.

“MilliKart” MMC, “Dəmirbank” ASC, “Unibank” KB ASC və “GoldenPay” MMC ilə qarşılıqlı əməkdaşlıqları nəticəsində elektron ticarət xidməti qurularaq əhalinin qulluğuna verilmişdir. “AzeriCard” prosessinq təşkilatının göstərdiyi e-ticarət xidmətlərində təkcə yüksək texnologiyalar yox, o cümlədən etibarlılıq və təhlükəsizliyin yüksək səviyyədə olması, şəxsi informasiyaların məxfiliyinin qorunması üçün tədbirlər həyata keçirilmişdir. Nəticədə internet ilə təhlükəsiz bir şəraitdə ödənişlər edilməsi üçün “MilliKart” MMC və “3-D Secure” texnologiyalarının tətbiq olunması ilə bağlı “MasterCard” və “VISA” təşkilatlarında uyğun olaraq “Secure Code” və “Verified by VISA” proqramları sertifikatlaşdırılmışdır. [4]

Respublika ərazisində elmtutumlu sahələrin tərəqqisi iqtisadiyyat üçün də yeni pəncərələr aç-

mağa başladı. Təkmilləşmiş informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiq olunması idarəetmə prinsiplərinə də yeniliklər gətirmişdir. AR-nın İqtisadi İnkışaf Nazirliyi yerli sahibkarlara, ən çox da kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan istehsalçılara dəstək vermək və xidmət sahələrini böyütmək üçün tədbirlər görüyə başladı. Bu tədbirlərin müqabilində, Almaniya Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit-GIZ (Beynəlxalq Əməkdaşlıq Cəmiyyəti) təşkilatının həyata keçirdiyi “Özəl sektora dəstək proqramı” kontekstində 2010-cu ildə ölkəmizin ilk elektron portalı olan b2b.az saytı ərsəyə gəlmişdir.

B2b.az saytı e-ticarətin B2B (business to business) modelindən idea götürərək yaradılmışdır. Saytın məqsədi yerli sahibkarları, onların istehsal etdiyi və göstərdikləri xidmətləri təqdim edərək, potensial alıcı və əməkdaşlarla sahibkarları bir yerə gətirmək və ticarət əlaqələrini asanlaşdırmaqdır.

B2b.az portalının funkiyaları:

- ✓ məlumatverici,
- ✓ əlaqələndirici,
- ✓ istiqamətləndirici. [3]

Vurğulamaq lazımdır ki, portalı idarə edənlər heç bir alqı-satqı əməliyyatı aparmır.

2017-ci ilin fevral ayında Prezident İlham Əliyev qeyri-neft sektorunun tərəqqi tempinin daha da artırılması, ixrac imkanlarının çoxalması və rəqabətə davamlılığının artırılması, hazırkı e-ticarət bazasının beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması üçün rəqəmsal ticarət qovşağı kimi AR-nın aparıcı mövqeyinin qüvvətləndirilməsi məqsədi ilə fərman imzalamışdır.

Qəbul olunan fərmanda şirkətlərin e-ticarətdən daha rahat və əlverişli istifadə etməsi üçün əksər əhəmiyyətli işlərin görüləməsi planlaşdırılır. Bu fərmana əsasən, yerli müəssisələr ilə xarici sahibkarlar arasında imzalanan bütün saziş və sənədlərin elektron formada təşkil olunmasına və imzalanmasına zəmin yaradan “Azərbaycan Rəqəmsal Ticarət Qovşağı” 2017-ci ildə təsis olunmuş www.azexport.az portalında bir bölmədə yerləşdirilməsi düşünülmüşdür. [2]

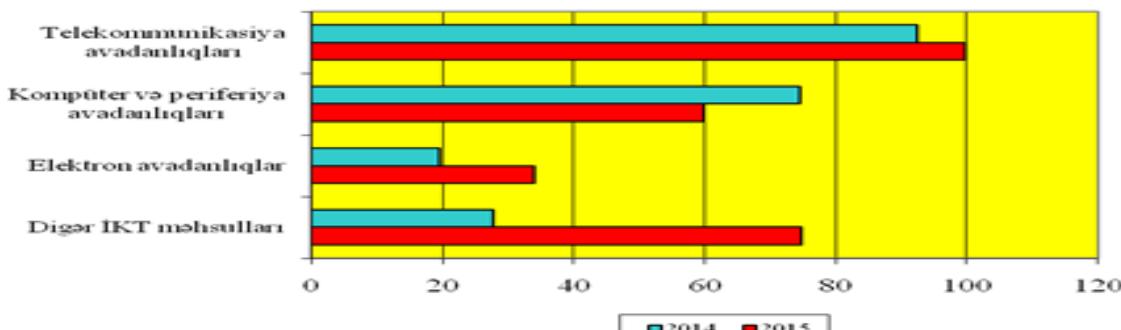
Bu fərman ilə respublika ərazisində istehsal edilib e-ticarət vasitəsi ilə xaricə ixrac edilməsi tələb edilən bütün ixrac məhsulları üçün ölkədən çıxışlı tələb edilən bütün növ lisenziya və icazələrin elektron formada “Bir Pəncərə” prinsipi (lisenziyanın və icazənin, onun dublikatının və əlavəsinin verilməsinin, bir daha rəsmiləşdirilməsinin, dayandırılmasının) ərizəçinin (lisenziya və

icazə sahibinin) müraciət etdiyi idarə tərəfindən təşkili (Lisenziyalar və icazələr haqqında AR Qanunu, 13-cu maddəsi(ilə əldə edilməsinə şərait yaranır. "Azərbaycan Rəqəmsal Ticarət

Qovşağı" haqqındaki fərmanın yerləşdiyi azexport.az portalında onlayn ödənişlərin həyata keçirilməsi və elektron pul kisəsinin yaradılması üçün şərait təmin olunacaqdır.

Qrafik №1.

2017-2018-ci illərdə idxal olunmuş İKT məhsullarının dəyəri (milyon manat)



Mənbə: Azərbaycan Statistika Komitəsinin rəsmi sayı [5]

E-ticarət ölkəmizdə uğurlu rəqabət mühiti naməngəllərin azaldılması ya da aradan qaldırılması üçün uyğun bir vasitə hesab oluna bilər. Azərbaycanda iqtisadi strukturun elastikliyi ölkə iqtisadiyyatı üçün imtina olunmayacaq kiçik və orta şirkətlərin dəstəklənməsi nöqtəyinənəzərindən də böyük imkanlar təklif edir.

E-ticarət ilk önce müəyyən məhsul və xidmətlərin təmin olunmasında "bazara yaxın olma" komponentini şirkətlər üçün bir üstünlük olmaqla çıxarıır. Elektron rabitə ilə azaldılan əməliyyat etmə və daşımaya / göndərmə dəyəri, milli və beynəlxalq bazarlarda mal və xidmət ticarətinin quruluşlu dəyişdirilmişdir. Elektron mühitdə mövcudluq xüsusiyəti olmayan fiziki məhsullar daxil, e-ticarət bəzi asanlıqlar təmin edir. Həmin məhsulların istehsalında istifadə olunacaq investisiya məhsulu, xammal və ara məhsulların ən müvafiq xərcələ tədarükü, provayderlərin inventar informasiyalarına ən qısa müddətdə çatmaq, avtomatlaşma ilə təmin olunan tədarük sistemləri, istehsal edilən məhsulların paylanması və marketinqdə ən müvafiq paylama kanallarının və marketinq imkanlarının müəyyən edilməsi kimi müxtəlif asanlıqlar, fiziki məhsulların əl dəyişdirməsində e-ticarətin təmin etdiyi imkanlardan bəziləridir.

E-ticarətin ölkəmiz üçün təmin etdiyi faydalari, 2 sferadan tədqiq etmək mümkündür:

✓ birincisi şirkətlər baxımından təmin olunacaq faydalar,

✓ ikincisi isə hökumətlər və bələdiyyələr baxımından təmin olunacaq faydalar.

Sadalananlar, təkcə ölkəmiz üçün yox, bütün İEOÖ -lərinin keçərlidir. Lakin, e-ticarətin tərəqqisini dəstəkləyən bir İEOÖ-də, bu inkişaf ilə birgə şirkətlər baxımından, ümumi iqtisadiyyatın yeni struktur qaydalarının da tətbiq ediləcəyini nəzərə alaraq, İEOÖ-in e-ticarətdən əldə etdiyi mənfiətin İnkişaf Etmiş Ölkələrə nisbətdə daha böyük olacağı nəticəsi doğur.

E-ticarət, yeni qurulmuş ya da az miqdarda investisiya və müəssisə sərmayəsi ilə bazara girməkdə olan şirkətlər cəhətdən, böyük şirkətlərə təmin etdiyi üstünlüklərin eynisini etməyə imkan verir. Ətraflı bir e-ticarət infrastruktur, bazara bağlı bütün informasiyaların təminatçılar və istehlakçıların bildiyi ideal rəqabət şərtlərinə yaxın bir mühit yaratmağı hədəflədiyir. Bu hədəf ölkəmizdə uğurlu rəqabət mühitinin özbaşına yaranmasında xüsusi rol oynayacaqdır. Bazara daxil olmaq mövzusunda çətinliklər yaşayan kiçik və orta müəssisələr, həmin əngəlləri daha asan aşa bilərlər.

Məlumatı intensiv və ucuz almaq maraqlarının və buna olan ehtiyacın hər gün daha çox hiss olunduğu dünya şərtlərində e-ticarət dövlət baxımından da yeni imkanlar təklif edir. Dövlətin vətəndaşlarla və ya xüsusi sektor vahidləriylə əlaqələri getdikcə daha kompleks vəziyyət alır. Vətəndaşlıq informasiyalarının saxlanması və işlənməsi, vergi ödənişləri, səhiyyə və sosial müdafiə ilə bağlı əməliyyatların həyata keçirilməsi kimi ictimai tətbiqlərində e-ticarət infrastruktur dövlət təşkilatlarının işini asanlaşdırır. Dövlətin elektron mühitlərdə ticarət edildiyi ölkələrin sayı

ciddi şəkildə artır. Nəticədə, xərclər azalır və

əməliyyatların daha intensiv və şəffaf olması təmin olunur.

Cədvəl №1

Elektron pərakəndə ticarət dövriyyəsi (min manatla)

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---------|---------|---------|----------|
| Cəmi dövriyyə | 1 599,7 | 2 576,0 | 6 446,2 | 12 789,8 |
| o cümlədən: | | | | |
| hüquqi şəxslər | 1278,3 | 2 136,0 | 5 883,5 | 11 656,4 |
| fərdi sahibkar | 321,5 | 448,0 | 561,7 | 1 143,4 |
| Cəmi dövriyyədən: | | | | |
| ərzaq məhsulları, içkilər və tütün məmulatları | 107,3 | 268,0 | 360,8 | 492,6 |
| qeyri-ərzaq məhsulları | 1 492,5 | 2 318,0 | 6 084,4 | 12 287,2 |

Mənbə: Azərbaycan Statistika komitəsi [5]

Yuxarıdakı cədvəldə verilmiş informasiyalara əsasən 3 ildə e-ticarətin ümumi dövriyyəsinin 12,5% artığını görsək də, Avropa bazارında 1 ildə 13% artım göstərildiyini və 2015-ci ildə e-ticarət həcmiinin 445 milyard avro olduğunu əsas götürsək, bu göstəricinin çox aşağı olduğunu vurğulamaq olar.

Azərbaycanda e-ticarət fəaliyyətinin inkişafı üçün zəruri olan tədbirlər

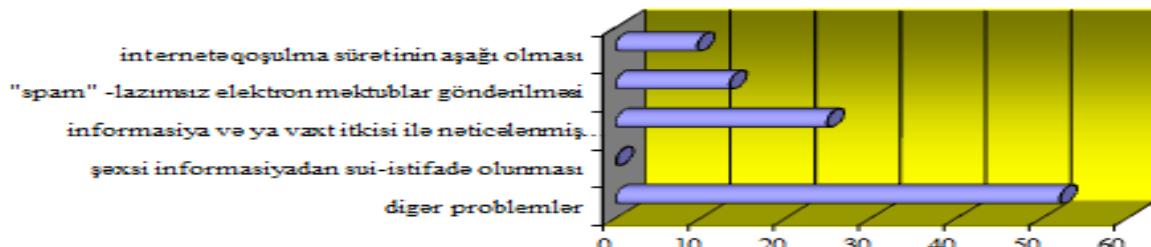
Azərbaycan e-ticarət əməliyyatlarına nə qədər tez irəliləsə, qazancları da o nisbətdə artacaqdır. Bunun əksi baş versə, dünya ticarətinin inkişaf

Etmiş Ölkələrdən digərlərinə doğru axını daha da kəskinləşəcək. Ölkəmizin e-ticarətdən əldə edəcəkləri faydalar haqqında əskiksiz bir qiymətləndirmə etmək qeyri-mümkündür. Bunu əsas səbəbi, gələcək dövr üçün düşünülən fərziyyələrlə əlaqədar statistikaların və informasiyaların olmamasıdır.

Azərbaycanın elektronlaşma fəaliyyətlərini təkmilləşdirmək məqsədilə internetə qoşulma və istifadə prosesində qarşılaşılan problemləri ləğv etməsi mütləqdir. Aşağıdakı qrafikdə ən çox rast gəlinən problemlər göstərilmişdir.

Qrafik №2

Internetə qoşularkən rast gəlinmiş problemlərin strukturu (yekuna nisbətən faizlə)



Mənbə: Azərbaycan Statistika Komitəsinin rəsmi saytı [5]

İlk baxışdan çox məsrəfli kimi görünən lazımi texniki və inzibati infrastrukturunu qurabilməyən dövlətlərin iqtisadi və sosial itkiləri müvafiq başlangıç xərclərindən daha çox olacaq. E-ticarətin tərəqqi etdirilməsi və yayılması nöqtəyinə nəzərindən qısa müddət ərzində edilməli nizamlamalar aşağıda qeyd edilib. Bu nizamlamalar mühümdir və bunlardan istənilən birinin lazımi şəkildə həyata keçirilməməsi e-ticarətə çox böyük neqativ təsir göstərəcəkdir:

1. Texniki infrastrukturun yaxşılaşdırılması,

sahə adları təsis sisteminin yaradılması: Daha əvvəlki bölmələrdə də qeyd edildiyi kimi, texniki infrastrukturə görə yaranan problemlər açıq şəbəkələrə çıxışı, dolayısıyla da e-ticarəti çox məhdudlaşdırmaqdadır. Sürətli, etibarlı, ucuz və hərkəsin istifadə edəcəyi bir açıq şəbəkə infrastruktur ilə e-ticarətin faydalardından istifadə etmək mümkün hala gələcək. Bu konteksdə, istifadəçilərin daxil olacağı şəbəkə saytlarının adlarının (domain names) təsis edilməsi, bunların daha sonra istifadələrini asanlaşdırmaq üçün təsnif

olunması və bu işlərdə haqsız rəqabətə yol verməmək üçün sahə adları təsis sisteminin şəffaf və beynəlxalq normalara müvafiqliyinin təmin olunması şərtlidir.

2. İstehlakçı və şəxsi məlumatlar üçün məxfilik tədbirlərinin görəlməsi: İstifadəçilərin e-ticarət sisteminə etibar etməsini təmin etmək lazımdır. E-ticarət ilə göstərilən ticari fəaliyyətlərə, ənənəvi ticarətdəki kimi məxfiliyin, məlumatın tamlığının və şəxsiyyətin doğruluğunu təmin olunması və istifadəçilərin bunlardan əmin olmasının çox mühümdir. Bunula bərabər ənənəvi ticarətdəki kimi istehlakçı hüquqlarının müdafiəsi üçün əlavə hüquqi və inzibati nizamlamalara ehtiyac vardır.

3. Elektron imzanın hüquqi qüvvəsinin olması: Elektron imza, e-ticarətdə mühüm olan istifadəçi təhlükəsizliyinin və sistemin təhlükəsizliyinin təmin olunması nöqtəyi-nəzərindən, həmçinin ənənəvi ticarətin mühüm elementi olan imzanın funksiyasının icrası nöqtəyi-nəzərindən çox vacib bir sistemdir. Elektron imzanın hüquqi qüvvəsini təmin etmədən, elektron mühitdə biznes müqaviləsi imzalamaq demək olar ki, qeyri-mümkündür.

4. Vergiqoyma, ödəmə və çatdırılma üsullarının yaradılması: Beynəlxalq e-ticarətdə vergi ödənilməsi və yerli vergi idarələri arasında bölgüsü üçün çözümlərin tapılması, ödəmə vasitələrinin yaradılması, gömrük prosedurasının sadələşdirilməsi və e-ticarətə müvafiq olması lazımdır.

5. İntellektual mülkiyyət hüquqlarını qoruyan tədbirlərin həyata keçirilməsi: E-ticarətdə, açıq şəbəkələrdə kompyuter programlarının, şəhər, roman, hekayə, rəsm kimi sənət əsərlərinin oğurlanması, qanunsuz təqlid olunması və s. həllərdə intellektual mülkiyyət hüquqlarının müdafiə edilməsi lazımdır.

Vurğulamaq lazımdır ki, dünya ölkələrində olduğu kimi Azərbaycanda da internet iqtisadiyyatın ən çox tərəqqi etmiş müasir sahəsi olan e-ticarət sahəsinə təsir göstərmişdir. E-ticarət iqtisadi fəallığın yüksək templə dəyişdiyi, iqtisadi səmərəliliyin artlığı bir sahə kimi qiymətləndirilir. Internet vasitəsilə ticarət əməliyyatlarının düzgün strategiyalarla təşkil edilməsi rəqiblər arasında rəqabət üstünlüğünün yaradılmasına, əməkdaşlarla əlaqələrin möhkəmləndirilməsinə, işçi qüvvəsindən, texnologiya və mexaniki ehtiyatlardan optimal istifadəyə zəmin yaratdır. E-ticarətin verdiyi məlumatlardan faydalanaraq

məhsuldarlığı artırmaq və münasibətləri daha da inkişaf etdirmək mümkündür. Azərbaycan iqtisadiyyatının başqa sahələrindəki məhsulların tənidiləşməsini və satışını həyata keçirmək üçün internet vasitələri əvəzedilməz alətlərdir. Dövlət internet vasitəsilə biznesin qurulmasına dəstək olaraq sahibkarları və təşəbbüskarları bu vasitə ilə ticarət etməyə həvəsləndirə bilər. O cümlədən, dövlətin dəstəklədiyi bir sahə olduğu əhali tərəfindən də müşahidə edildikdə internet üzərindən ticarətin həyata keçirilməsinə inam yaranacaqdır.

Müasir iqtisadi cəmiyyətdə e-ticarət fəaliyyəti informasiya təminatı hesabına birbaşa biznes əməliyyatlarının həyata keçirilməsinə, mövcud və potensial alıcılarla, təchizatçılar və tərəfdəşlərlə münasibətlərin intensiv şəkildə qurulmasına, məhsul və xidmətlərin modern tələb və standartlara müvafiq istehsalına, hədəf auditoriasının müəyyən edilməsi və bazarda rəqabət üstünlüyü yaradacaq mövqenin əldə edilməsinə, dünyada mövcud olan inkişaf perspektivlərindən geri qalmamağa şərait yaradır. Bütün bu fəaliyyətlərin həyata keçirilməsində internet mühiti fürsətlərlə təmin edir. Nəticədə dövlətin icra etməli olduğu vəzifələr arasında əhalinin internetə çıxışını daha da asanlaşdırmaq, e-ticarətlə məşğul olmaq istəyən təşəbbüskarlara öz dəstəyini vermək durur. Müəssisələrin əsas məqsədləri isə internetin verdiyi imkanlardan faydalanaşmaq və yarana biləcək hər hansıa çətinliyi öncədən təsəvvür etmək və çözümlərini ən optimal şəkildə tapmaqdır.

NƏTİCƏ

Azərbaycanın elektron ticarət sektorunun inkişafının ölkə iqtisadiyyatının inkişafına da dəstək ola biləcəyi qənaətinə gələrək bəzi təkliflər göstərirəm:

1. Azərbaycan Respublikasının statistik məlumatlarına əsasən bildirmək olar ki, elektron ticarət üzərindən edilən alış-verişlərin 99,5%-i qeyri-ərzaq mallarının payına düşür. Belə şəraitdən istifadə edərək, internet üzərindən ərzaq mallarının ticarətini həyata keçirmək olar. Bu ticarəti iki istiqamətdə dəyərləndirmək mümkündür:

a. Azərbaycanın təbiətinə məxsus olan kənd təsərrüfatı məhsullarının yerli və xarici bazarlara təqdim edilməsi və satışının gerçəkləşdirilməsi,

b. Azərbaycanın inhisarlaşdırılmış ərzaq bazarlarında rəqabət mühiti yaratmaq, alternativ və daha aşağı qiymətlərlə məhsullar təklif etmək olar.



2. Elektron ticarət əməliyyatlarının baş verdiyi məkan web saytları sayılır. Qurulmuş web saytin dizaynı hər şeydən vacibdir. Web sayta daxil ola ziyanətçilər axtardıqları məlumatları və ya məhsulları asanlıqla əldə etməlidirlər. Buna görə də, web saytların hazırlanması daha professional dizaynerlərə həvalə edilməlidir, eyni zamanda saytların asan anlaşılan, zövqlü və əyləncəli olmasına diqqət edilməsi ziyanətçi sayını yüksəldə və saytin dövrüyyəsini qaldırı bilər.

3. Ənənəvi ticarətdə malların geri qaytarılma müddəti 14 gün olaraq müəyyənləşdirilmişdir, lakin bu müddət elektron ticarət üçün 7 gün ilə məhduddur. Ölkəmizdə isə e-ticarətlə məşğul olan müəssisələr malların geri qaytarılma şərtini qəbul etmir və müştərilərdə narazılıqlı səbəb

olur. Qanunvericilikdə bu məsələnin də həllinə yönələn bir maddə əlavə olunması məqsədəyঁğundur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. <http://goldenpay.az/AboutUs.html>
27.04.2017
2. <http://www.president.az/articles/19488>
3. <https://icazeler.gov.az/az/news/azerbaycan-ilk-elektron-ticaret-portali-olan-wwwb2b-saytinin-istifadechilerinin-sayi-14-mine-yaxin-dir03.04.2017>
4. <https://www.cbar.az/pages/payment-systems/non-cash-payments/card-infrastructure/card-processing-entities/>
5. www.stat.gov.az

Намазов И.А.

Анализ текущего состояния развития электронной коммерции в Азербайджане

Резюме

Цель исследования: Проанализировать деятельность рынка электронной коммерции в Азербайджане и внести новые предложения по развитию этой сферы.

Методология исследования: Теоретической и методологической основой исследования является поиск путей решения проблем, препятствующих развитию электронной коммерции, и применение новых стратегий воздействия электронной торговли на последствия текущих политических, экономических и социальных изменений.

Результаты исследований: В качестве последнего пункта в глобализации и интеграции экономических секторов электронная торговля значительно улучшит развитие экономики и социального благополучия в результате организации и совершенствования внедрения правильных стратегий и методов в нашей стране.

Ключевые слова: маркетинг, торговля, электроника, сервис

Namazov I. A.

Analysis of the current state of development of e-commerce in Azerbaijan

Summary

Purpose of the research: To analyze the activities of the electronic commerce market in Azerbaijan and to make new proposals for the development of this field.

Methodology of the research: Theoretical and methodological basis of the research is the search for ways to solve problems that hinder the development of e-commerce, and the application of new strategies to the impact of electronic commerce on the impacts of current political, economic and social changes.

Results of the research: As the last point in the globalizing and integrating economic sectors, e-commerce will significantly improve the development of the economy and social well-being as a result of the organization and improvement of the implementation of correct strategies and methods in our country.

Key words: marketing, trade, electronics, service

Daxil olub: 11. 01.2018

Rəy verib: AMEA İqtisadiyyat Institutunun “Xidmət sahələrinin inkişafı problemləri” şöbəsinin müdürü i.ü.f.d. Allahverdiyeva L. Ə.